Sistema de Comunicación Comunal

"Construyamos un sistema público de comunicación,

ni estatal ni privado, en manos de las comunidades populares"

Documento Fundacional de ANMCLA- Junio del 2002

Todos sabemos que no existe poder popular sin comunicación popular. La construcción de una nueva sociedad basada en el autogobierno del pueblo no será posible sino es integral, y la comunicación juega un papel central en la lucha por la hegemonía política y cultural. Plantear un Estado comunal sin un sistema de comunicación comunal es casi lo mismo que plantearlo sin un sistema de economía comunal. La capacidad de regeneración del capital es tan fuerte que, o se le ataca simultáneamente por todas las aristas, o se corre el riesgo de perder la pelea.

Sin embargo, la acelerada construcción realizada en los últimos años de las Comunas como instancias territoriales de poder popular no ha traído aparejada un crecimiento similar de las capacidades comunicacionales populares, ni de medios de comunicación cónsonos con los valores y principios de esta construcción, como son la propiedad social, la democracia participativa, la horizontalidad, etc. Este déficit se manifiesta incluso en la legislación. A las leyes del poder popular les falta también una pata comunicacional, una ley de comunicación popular en los mismos parámetros de construcción. Esta ausencia se manifiesta claramente en la incapacidad que tenemos para comunicar nuestras luchas, nuestros proyectos y nuestros avances, incluso entre los mismos comuneros, condición necesaria para

fortalecer los lazos y articular los esfuerzos, e indispensable para avanzar hacia un Estado distinto.

Esto no quiere decir que no hemos avanzado en la lucha por la hegemonía comunicacional. Cuando los sucesos del golpe de Estado y el paro petrolero del 2002 sólo contábamos con unos pocos medios de comunicación y el discurso opositor era avasallante en radio, tv y prensa. Trece años después hemos creado muchos medios comunitarios y el gobierno bolivariano ha comprado y/o desarrollado varios medios importantes como Telesur, el Correo del Orinoco, y se ha neutralizado vía participación accionaria y negociación otros medios como Últimas Noticias o Venevisión.

Esto avance es meritorio porque sucede, además, en un adverso contexto internacional donde el capitalismo ha concentrado los grandes medios de comunicación como herramienta fundamental de dominación. En Nuestra América, país por país, con muy pocas excepciones, las trasnacionales han monopolizado el espacio radioeléctrico controlando periódicos, radios y televisoras, imponiendo una visión única, racista, clasista y de derecha a nuestras sociedades.

A pesar de este avance que hemos tenido, es evidente que en Venezuela la derecha sigue imponiendo valores e ideología, generando contenido para todas las plataformas mediáticas y para todos tipos de público, con el aparato cultural comunicacional bombardeando diariamente mensajes en favor de la sociedad de consumo, el individualismo, el modo de vida norteamericano, los valores

“occidentales”, la superioridad de la raza blanca, la empresa privada como la panacea para la economía, la democracia representativa como el ideal, etc. Incluso a partir de la muerte del Comandante, nuestro gran comunicador popular, han logrado imponer la agenda, que se discute y que temas son relevantes en la actualidad del país.

Por último, la emergencia de las redes sociales e Internet que a priori parecieran ayudar a equilibrar la batalla comunicacional al permitir una comunicación más horizontal, y donde no son necesarios grandes medios ni capital para hacerse escuchar, se ha convertido en otro escenario de pelea donde la derecha busca avasallar con estrategias y contenidos diseñados para este fin y donde los pueblos, articulados, están aprendiendo a responder.

Ante este panorama nos preguntamos:

¿Por qué los medios creados hasta ahora por nuestro proceso no ha logrado el potencial comunicacional que se buscaba?

Esta pregunta debemos separarla en dos partes, a) los medios comunitarios y b) los medios del Estado.

a) Los medios comunitarios, como construcción histórica, son fruto valioso de la lucha antineoliberal de los 80s y 90s, creados en clave de resistencia, cuando la derecha barrió con las fuerzas revolucionarias en Latinoamérica (con excepción de Cuba) y donde las organizaciones populares se atrincheraron en las comunidades y los movimientos sociales. El progresivo abaratamiento de la tecnología permitió el paso de los periódicos populares y los murales, volantes, etc., a incursionar

en medios más potentes como la radio. Un grupo de compañeros militantes con trabajo social en una comunidad se erigían en vocería y dirección de esos medios, que poco a poco fueron asumiendo la necesaria participación de los distintos sectores de la comunidad en la construcción de los contenidos. Estos procesos siempre tuvieron una alta persecución por los servicios de seguridad ya que sabían del potencial que tenían para combatir la hegemonía de los grandes medios.

En Venezuela, a partir de la victoria de Hugo Chávez en el 98, se dejó de perseguir a los medios comunitarios y estos, con el apoyo del gobierno, comenzaron a aumentar en número y potencia. Diecisiete años después cientos de medios comunitarios se han instalado en buena parte de la geografía nacional. Muchísimos compañeros han sido formados en el uso de las tecnologías de comunicación y buena parte de los procesos en lucha tienen algún medio cercano al cual acudir a difundir su mensaje. Lo acumulado en este proceso es muy importante, es soporte a todo lo que vayamos a construir y en caso de contingencia es la primera trinchera comunicacional con la que cuenta el pueblo.

Sin embargo es para nosotros evidente (y somos parte de esa historia) que esa construcción está en estos momentos estancada, en la mayoría de los casos los medios presentan poca audiencia, que no ha logrado erigirse aún como sistema (centros de formación, fábricas de contenidos, fábricas de transmisores, agencias de noticias, etc.), que no ha logrado articularse para tener impacto nacional, que producen

poco contenido y que dependen excesivamente de las pautas estatales y de la buena pro del gobernante local de turno. Algunos de estos medios, además, no han logrado un real amarre con las comunidades donde se asientan y mantienen algunos vicios contrarios a la democracia participativa y protagónica.

b) Los medios del Estado han demostrado ser muy útiles a la hora de responder en forma centralizada al ataque de la oligarquía, como bien lo demostró VTV durante el paro petrolero. Sin embargo en la lucha diaria por la hegemonía presentan los mismos problemas que las empresas del Estado a la hora de plantearse un horizonte revolucionario comunal popular. En primer lugar son del Estado y por tanto sujetas a los vaivenes electorales, como lo demostró fehacientemente el caso de Ávila Tv. En segundo lugar son estructuras pesadas y muy costosas. En tercer lugar son básicamente un aparato de propaganda del gobierno, y por tanto no dejan permear ni la crítica ni las contradicciones de los procesos, intentando dar siempre una imagen de "mundo feliz". Estos medios suelen darle vocería a la "clase política", repitiendo hasta la saciedad a los mismos voceros. A la larga, en un proceso similar aunque menos extremo de lo que le ocurre a los medios de la derecha, van perdiendo credibilidad y audiencia. Por último su centralidad, les impide dar respuesta a la intensa dinámica multimediática y descentralizada que caracteriza a la comunicación de estos tiempos.

¿Qué podemos hacer como comuneros para generar una comunicación distinta que apuntale el proceso de construcción comunal y por ende a la revolución?

Esta discusión es compleja pero al ser todos nosotros, como movimiento popular, herederos de un legado de décadas de comunicación popular tenemos algunos insumos a los que echar mano. En general debemos plantearnos la construcción no sólo de medios sino de ***un sistema de comunicación comunal*** en que el todo sea mucho más que la suma de las partes. Este sistema lo conforman los medios de cada territorio y aquellas unidades de servicio que construyamos para potenciarlos. Este sistema es procesual, construido paso a paso, pero teniendo siempre en cuenta tanto lo local como el mapa general.

Cada paso que avancemos en este sistema redundará en una mejor articulación política, social y económica del movimiento comunal.

Quizás como primeros puntos a tener en cuenta para un plan de trabajo sean:

- Darle un alto valor a lo comunicacional en nuestra construcción territorial, no solo en el trabajo militante dedicado al tema sino también en las inversiones necesarias para la infraestructura comunicacional.
- Fortalecer donde ya existen y crear donde no, medios comunales cónsonos con los valores del poder popular y de la

comuna, medios que sean empresas de propiedad social, y que difundan el quehacer de la comuna.

- En aquellos espacios territoriales donde se encuentren medios comunitarios articular con los compañeros de forma que existan espacios para la comuna y que progresivamente el medio pase a formar parte integral de la misma.
- Fortalecer un enfoque multimedio (redes+radio+tv+prensa+murales+…) en la Comuna. De esta forma tendremos un acercamiento más integral al hecho comunicacional y potenciaremos el impacto de lo que hagamos.
- Tener un espacio Web de articulación que permita intercambio de noticias, saberes y proyectos. Este espacio debería ser alimentado por los comuneros.
- Realizar actividades masivas de formación en comunicación en radio, tv, escrito, serigrafía, estencil, tipo campamentomultimediático ANMCLA, con énfasis en la práctica.
- Ir construyendo, paso a paso, instancias que apoyen el sistema de comunicación comunal. Pueden ser comunales, estadales o incluso nacionales, pero todas con la lógica de dar servicio al sistema creado. A saber:
    1. Escuelas de comunicación popular
    2. Red de corresponsales (una red de corresponsales en todas las comunas permitiría el intercambio de información y un acceso inmediato y veraz a los acontecimientos)
    3. Fábrica de transmisores (tanto de tv como de radio)

4. Red de imprentas
5. Fábricas de contenido (desarrollo de contenido para radio, audiovisual y escrito)
6. Agencia de noticias comunal

- Construir una red de contingencia, que permita sostener la articulación aún en caso de emergencia.
- Plantear a la Asamblea la necesidad de una Ley de Comunicación que contenga a la comunicación comunal como un eje central de desarrollo.

A pesar de que a primera vista puede parecer un plan ambicioso, en cada uno de los ítems tratados tenemos experiencia ya realizada. Si sumamos a este esfuerzo a las organizaciones de la comunicación popular, que tienen numerosos medios y un camino andado, podríamos mejorar sustancialmente las capacidades comunicacionales de nuestras comunas en el corto y mediano plazo.